

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan perekonomian di Indonesia terutama di Provinsi Jawa Barat menyebabkan para pelaku usaha saling berlomba dalam memperkenalkan jati diri serta produk yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi saat ini, sehingga bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut membuat persaingan antar bisnis semakin lama menjadi semakin ketat. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan sekaligus menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar. Untuk itu manajemen strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis. Manajemen strategi berbicara tentang gambaran besar, inti dari manajemen strategi adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada dapat digunakan secara efektif untuk memenuhi tujuan strategi.

Dalam memilih strategi yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah bisnis, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan bisnis baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal, biasanya disebut dengan analisis SWOT. Analisis SWOT

adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Model bisnis merupakan suatu cara untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model bisnis penting diketahui di setiap usaha yang akan dijalankan karena membantu perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan di dalam bisnis yang dijalankan. Selain itu, model bisnis juga dapat menjadi dasar dalam pembuatan alternatif strategi yang baru untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.. Salah satu model bisnis yang berhasil mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana dan mudah dipahami adalah *Business Model Canvas* (BMC).

Menurut **Osterwalder dan Pigneur (2012)** *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Elemen dalam *Business Model Canvas* mencakup Sembilan blok bangunan dasar, yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Kemudian Sembilan blok bangunan tersebut dijelaskan lebih rinci menyerupai sebuah kanvas, sehingga dengan menggunakan kanvas ini, model bisnis sebuah perusahaan dapat digambarkan dalam satu dokumen tunggal yang dapat dipahami oleh semua pihak.

Perusahaan besar yang telah dikenal oleh masyarakat biasanya mempunyai strategi khusus agar produk yang dihasilkan maupun merek perusahaan lebih mudah diingat oleh masyarakat. Salah satu contohnya yaitu perusahaan Starbucks yang memiliki aktivitas utama menjual produk kopi beserta makanan yang kecil dilengkapi dengan tempat yang nyaman, dan internet sehingga membuat para pelanggan merasa nyaman menghabiskan waktu disana. *Value proposition* dari Starbucks adalah *brand strategy* yang menggabungkan antara kualitas kopi yang baik, *service*, dan atmosfir. Starbucks memberikan *service* yang berbeda dari lainnya hanya dengan mengingat nama para pelanggan yang memesan kopi, hal tersebut membuat kedekatan antara pelanggan dengan karyawan Starbucks. Para pelanggan lebih memilih Starbucks dibanding yang lain dikarenakan atmosfir yang diciptakan oleh Starbucks berbeda dibandingkan kedai kopi lainnya.

Kopi Luwak Cikole merupakan rumah produksi sekaligus tempat penjualan kopi luwak yang terletak di Jl.Nyalindung no.9 kampung Babakan Cikole, Lembang. Hal yang membuat Kopi Luwak Cikole ini berbeda dengan tempat penjualan kopi yang lain adalah, bahan kopi luwak yang dijual adalah bahan yang diproduksi sendiri tanpa membeli dari pihak lain, Pusat Penangkaran dan Pusat Edukasi kopi luwak yang merupakan pilot model percontohan cara produksi kopi luwak dengan memenuhi prinsip kesejahteraan hewan (*Animal welfare*) terletak berdampingan dengan lokasi penjualan kopi luwak, serta adanya pemberian wisata edukasi bagi setiap pengunjung yang datang ke Kopi Luwak Cikole tersebut.

Kopi Luwak Cikole baru berdiri pada bulan Januari 2012. Meski dikatakan masih terhitung baru dan masih dalam tahap berkembang. Kopi Luwak Cikole telah banyak dikunjungi oleh pengunjung masyarakat lokal terutama internasional. Harga kopi luwak dikenal sebagai kopi termahal di dunia dengan rata-rata harga mulai dari Rp 70.000 - Rp 100.000 per cangkir dan bisa mencapai sekitar Rp 500.000 per cangkir di Amerika. Itulah sebabnya konsumen Kopi Luwak Cikole lebih didominasi oleh wisatawan asing dan pecinta kopi dari luar negeri dikarenakan harga kopi yang ditawarkan di Kopi Luwak Cikole lebih murah dibandingkan rata-rata harga yang beredar. Namun di Indonesia sudah menjamur kedai-kedai kopi ternama yang ada di mall atau pusat perbelanjaan seperti Starbucks, Excelso, Coffee Luwak, J'Co Donuts and Coffee dan lain sebagainya. Saat ini, masyarakat Indonesia lebih membidik *coffee shop* yang sudah memiliki *brand image* atau *merk* yang dapat menaikkan gengsi dalam kehidupan sosial.

Segmen pasar Kopi Luwak Cikole saat ini didominasi oleh pasar asing. Meskipun saat ini wisatawan lokal atau pasar lokal sudah mulai mengalami peningkatan akan tetapi belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat di seluruh bagian Indonesia. Padahal Kopi Luwak Cikole merupakan salah satu pilot model percontohan cara produksi kopi luwak dan penangkaran luwak dengan memegang teguh prinsip *animal welfare* yang sudah diakui oleh Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat dan Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian RI. Dengan adanya hal tersebut akan sangat baik bila Kopi Luwak Cikole betul-betul sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia sendiri.

Kopi Luwak Cikole menjadi lebih dikenal oleh calon konsumen melalui para *driver travel* dan rekomendasi dari konsumen yang sudah berkunjung. Untuk mengenai pemasaran melalui media promosi *online* belum sepenuhnya dijalankan oleh Kopi Luwak Cikole, sementara saat ini sosial media serta *platform digital online* lainnya sudah sangat populer digunakan oleh para *entrepreneur* yang tujuannya untuk meningkatkan target penjualan.

Untuk tetap bersaing dengan kompetitor dan mengembangkan bisnisnya, Kopi Luwak Cikole (KLC) harus bisa menciptakan model bisnis yang tepat. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang hasilnya dituangkan dalam laporan tugas akhir dengan judul penelitian :

**“Analisis *Business Model Canvas* Pada Kopi Luwak Cikole Tahun 2019”**

## 1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang pemilihan judul di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana kondisi model bisnis Kopi Luwak Cikole dilihat dari pendekatan *Business Model Canvas*?
- b. Bagaimana analisis *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* (SWOT) pada Kopi Luwak Cikole?
- c. Bagaimana model bisnis Kopi Luwak Cikole yang dikembangkan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana analisis *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT) digunakan sebagai alat untuk menciptakan *Business Model Canvas* pada Kopi Luwak Cikole”

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mencapai tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kondisi model bisnis Kopi Luwak Cikole dilihat dari pendekatan *Business Model Canvas*
- b. Untuk mengetahui analisis *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threats* pada Kopi Luwak Cikole
- c. Untuk mengetahui model bisnis baru Kopi Luwak Cikole yang dikembangkan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

#### a. Bagi Peneliti

Merupakan suatu pembelajaran untuk meneliti, mengamati, atau mengobservasi suatu permasalahan yang sedang terjadi dengan mengaplikasikan teori yang peneliti dapatkan selama duduk dibangku perkuliahan untuk menganalisis Kopi Luwak Cikole melalui teknik SWOT untuk menciptakan *Business Model Canvas*. Serta untuk memenuhi dan

melengkapi salah satu syarat dalam menyusun tugas akhir Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi Kopi Luwak Cikole yang mana hasil dari rekomendasi *Business Model Canvas* dapat bermanfaat untuk lebih meningkatkan strategi bisnis dalam menghadapi persaingan.

#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Kopi Luwak Cikole adalah salah satu industri kopi luwak di Cikole, Lembang Kota Bandung. Peningkatan persaingan dalam dunia bisnis mengharuskan para pelaku UMKM memiliki keunggulan bersaing agar tetap dapat mempertahankan bisnisnya. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk menghadapi hal tersebut adalah dengan melalui penerapan *Business Model Canvas* (BMC).

Menurut **Osterwalder dan Pigneur (2012)** *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Elemen dalam *Business Model Canvas* mencakup Sembilan blok bangunan dasar, yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Kemudian Sembilan blok bangunan tersebut dijelaskan lebih rinci menyerupai sebuah kanvas, sehingga

dengan menggunakan kanvas ini, model bisnis sebuah perusahaan dapat digambarkan dalam satu dokumen tunggal yang dapat dipahami oleh semua pihak. Kesembilan blok bangunan model bisnis menjadi dasar bagi alat bantu yang ringkas, yang disebut Bisnis Model Kanvas (*Business Model Canvas*).

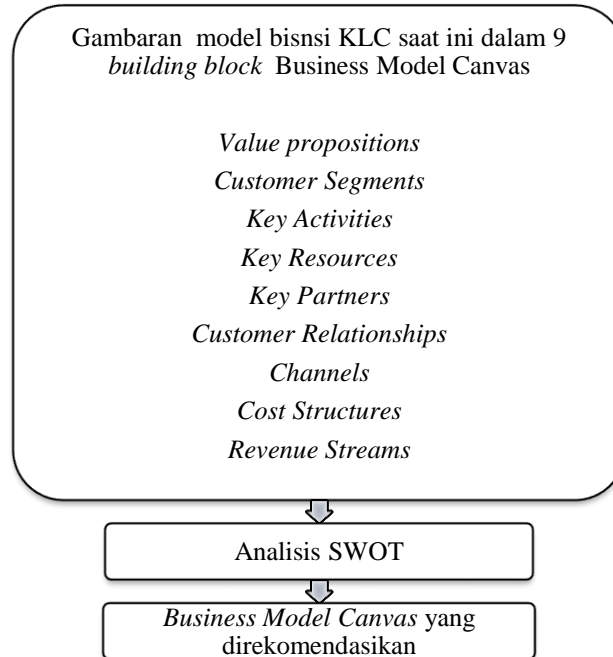
**Chandler (1962)** berpendapat bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut **Freddy Rangkuti** Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT akan membandingkan antara faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan, kita perlu mengumpulkan data dari lapangan kemudian menyusunnya dalam satu tabel. Karena kita akan meneliti faktor internal dan eksternal perusahaan, maka kita perlu membuat dua tabel secara terpisah. Masing – masing tabel akan memberikan gambaran secara umum mengenai faktor – faktor yang dimiliki oleh perusahaan yang kemudian akan



dibuatkan matriks SWOT untuk dapat menyusun beberapa alternatif strategi.

Berikut merupakan gambaran dari kerangka pemikiran penelitian ini :



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: diolah oleh peneliti

### 1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini dilakukan di Kopi Luwak Cikole yang beralamat di Kampung Babakan, Desa Cikole, Kecamatan Lembang tepatnya di Jl.Nyalindung No 9.

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2018-2019																							
1	Tahap Persiapan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
	a.Penjajagan																								
	b.Studi Kepustakaan																								
	c.Pengajuan Judul																								
	d.Penyusunan Usulan Penelitian																								
	e.Seminar (Usulan Penelitian)																								
2	<b>Tahap Penelitian</b>																								
	a.Observasi																								
	b.Wawancara																								
	c.Dokumentasi																								
	d.Studi Kepustakaan																								
	e.Pengolahan Data																								
	f.Analisis Data																								
3	<b>Tahap Penyusunan</b>																								
	a.Pembuatan Laporan																								
	b.Sidang																								
4	<b>Bimbingan dan Konsultasi</b>																								

Sumber diolah oleh peneliti